**Proyecto de Fortalecimiento Informático para Emprendimientos Productivos de La Costa**

El siguiente resumen, corresponde al proyecto en el que trabaja Fabricio Escudero y proporciona el contexto en el que se enfoca el proyecto de la Cooperativa Maderera: La Rústica, en el cual estoy colaborando.

**VISIÓN GENERAL**

En el marco de la situación económica que enfrentan los diversos emprendedores del Partido de La Costa debido al COVID-19, se busca implementar este programa para insentivar la recuperación económica de la región, y brindar así un apoyo a los distintos micro emprendimientos asociativos y también familiares, que en la actualidad carecen de los requisitos y/o herramientas para acceder a las líneas de financiamiento que ofrece la banca pública o privada a raíz de la falta de formalidad, la cual por ejemplo, es una de las causas por la cual aumentan los niveles de pobreza, debido a la necesidad de endeudamiento para sobrellevar la vida y desarrollo de sus familias.

Una vez identificados los sectores a introducir en el **programa**, se busca, a través de la **entrega de maquinarias/herramientas**, apoyar a estos pequeños emprendedores permitiéndoles así elevar la calidad de sus productos o servicios ofrecidos, ampliar su producción, y mejorar por un lado el nivel de competitividad, lo que les brinda la posibilidad de insertarse en otros niveles del mercado, y permite reconocer y valorar el esfuerzo que han realizado hasta la fecha.

En el contexto descripto cabe mencionar que las herramientas informáticas, la

comunicación digital y la atención vía virtual entre otras tantas, fueron y son herramientas prácticas para la supervivencia y hasta tal vez el éxito de muchas empresas que vieron a tiempo las posibilidades que ofrece el nivel tecnológico actual para sostener la organización a fuerza de teletrabajo, sobrellevar una optimización de los recursos a pesar de las demoras logísticas y seguir ofreciendo productos y/o servicios que son necesarios para el normal desenvolvimiento de nuestra vida en sociedad.

**SITUACION DE AVANCES EN LA FECHA: 08/04/2021**

**Nuestra idea como asesores profesionales del banco de herramientas** en primera medida **es** poder **acompañar a los emprendedores en la elaboración de sus proyectos y** poder **acercarle herramientas que le permitan trabajar de una manera más sencilla y ordenada**,como así **también generar junto a ellos la elaboración de otros productos relacionados a su actividad en la búsqueda de posibles nuevos mercados en los casos que sea posible.**

Por medio de la información que nos brindaron en los cuestionarios que completaron los emprendedores, comenzamos a conocer los proyectos de cada uno de estos, identificamos posibles falencias, similitudes y distintas realidades, las cuales nos dan un panorama y herramientas para hacer un diagnóstico general de todos los proyectos.

En el caso del diagnóstico particular de cada uno de estos **se han planificado una serie de entrevistas personales con cada uno de los productores** individualmente, que busca **reforzar aspectos que nos han llamado la atención en los cuestionarios.**

* **DIAGNOSTICO GENERAL**

Como diagnostico general de **todos los proyectos** podemos ver **similitudes que se repiten** sin importar el tipo de actividad que desarrollen:

* COMPRAS DE MERCADERIA AL POR MENOR
* NO TERCERIZAN PROCESOS PRODUCTIVOS
* NO UTILIZAN PAKAGING
* POCO CONOCIMIENTO SOBRE SUS COSTOS, LO QUE DIFICULTA DETERMINAR UN PRECIO JUSTO PARA SUS PRODUCTOS.
* CREEN NO TENER COMPETENCIA EN LO QUE HACEN.
* UN BAJO CONOCIMIENTO DEL USUARIO AL QUE QUIEREN DIRIGIRSE.
* NO REALIZARON MODIFICACIONES EN LOS PRODUCTOS DESDE QUE COMENZARON.
* PIENSAN EN NUEVAS ALTERNATIVAS.
* UN GRAN PORCENTAJE NO POSEE UNA MARCA IDENTIFICATORIA, LOGOTIPO NI UNA IMAGEN VISUAL DEFINIDA.
* FALTA DE PROYECCION A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.

Estas coincidencias que arrojan la recolección de datos obtenidos de los cuestionarios, nos permiten indagar más sobre esas cuestiones en una entrevista personal con cada uno de los agentes productores y poder saber así a que se deben estas cuestiones en cada caso en particular.

* **DIAGNOSTICO DE MACROPROYECTOS**

**PROYECTOS: Vivero y hongos**

Estos proyectos comparten características similares en cuanto al tipo de producción, ambos están enfocados en la siembra y cosecha de alimentos vegetales bajo la bandera de libres de agro tóxicos y en la organización colectiva de los pequeños productores con el fin de poder potenciar, alternar sus producciones y así poder abastecer a algunos segmentos mercado local.

En ambos proyectos nos encontramos con representantes altamente calificados en lo que respecta a la siembra y cosecha de alimentos vegetales.

Consideramos que el **primer paso a seguir** **es saber cuál será la cantidad de producción real de cada uno de estos**, como **para tener una dimensión de:**

* Cuál puede ser su real **competencia en el mercado local** y como se podría dar su **inserción en el ámbito comercial.**
* Cómo será la **organización interna** con los pequeños productores.
* Cuáles serían las **complicaciones** con las que cuenten a la hora de sembrar, cosechar, almacenar y distribuir sus productos.
* Indagar sobre cuáles son las **carencias que no cubre el programa banco de herramientas** con la intención de poder **abordarlas en un futuro** desde un financiamiento privado o estatal.
* **PRIMERAS INTERVENCIONES QUE SE PLANTEAN:**
* **PRIMER INSTANCIA:**
* **Apuntar a la diferenciación** aferrándose a la bandera de **no agro tóxicos** y concientizar a las personas sobre lo bueno que es para la salud el consumo de estosalimentos a diferencia de los alimentos tradicionales y que **beneficios produce este tipo de producción,** tanto al medioambiente como así también a la economía regional.
* **Acercarse a la comunidad** **para** hacer público el conocimiento de sus actividades y desde ahí poder **generar contactos con los futuros consumidores**. (INICIOS DE PRODUCCION).
* **SEGUNDA INSTANCIA:**
* **Acercarse a los mercados locales**, **analizar** la **estrategia** comercial para hacerlo **y** los **costos** queconlleva la **distribución de los productos** (PRODUCCION EN AUMENTO).
* **TERCER INSTANCIA:**
* **Que los consumidores, familias y comerciantes** (mercados, gastronómicos, etc.) **se acerquen al predio a realizar sus compras**; para lo cual, hay que pensar en un espacio de **atención al cliente** y una **organización en cuanto a la venta de los alimentos** (PRODUCCION SOSTENIBLE).
* Evaluar la importancia de una **identificación del producto** para que un futuro los consumidorespuedan buscar sus productos en el mercado local y sepan cómo hallarlo.
* Todo esto puede hacerse de distintas **manera**s. Se verá cual es la **más indicada** con el **consentimiento de los productores** **y** los **recursos** con los que se cuente.
* Trabajar la idea de hacer una **feria de “ALIMENTOS LIBRES DE AGROTOXICOS”** que se dé por lomenos **una vez a la semana** para poder así llegar a la comunidad masivamente con losproductos cosechados, aprovechando esta misma para **difundir las ventajas del consumo de estos alimentos, generar nuevos consumidores y darle un espacio físico para los pequeños productores para poder comercializar las primeras producciones.**
* Ver en **qué productos conviene** y es viable **generar un valor agregado** y **que otros alimentos pueden cultivarse** en estas condiciones climáticas (LUPULO-CERVEZA 100% COSTERA).
* **HONGOS**:

En cuanto a hongos nos encontramos con **2 problemáticas planteadas** en una de las reuniones:

1. **Militar el hongo:** Este problema surge de la falta de su utilización en nuestros hábitos cotidianos.
2. **Falta de un sello o rotulo** para poder producir y distribuir hongos al escabeche.

**POSIBLES INTERVENCIONES:**

* **Acercar información a la comunidad** **sobre** los **aportes nutricionales del consumo de estos alimentos**, como así también **recetas fáciles para poder consumirlos**.
* **Investigar y desarrollar productos a base de hongos** **que sean de consumo más masivo**. (TRABA LEGAL ROTULO O SELLO DE ELABORACION).
* **FERIA PULPO:**

En cuanto a la feria pulpo, si tomamos como ejemplo la mayoría de los emprendimientos, se puede ver un trabajo organizado y prolijo de la persona a cargo de su coordinación.

Sin embargo, encontramos que, una **gran cantidad de emprendedores**, tanto **textiles** como **gastronómicos**, se **encuentran en distintas etapas del desarrollo de sus emprendimientos**, desde emprendedores que recién comienzan, hasta otros que se presentan bien encaminados.

En la recolección de imágenes de los productos y recorridos por los stands, **se pudieron visualizar** **herramientas para poder trabajar relacionadas a la exposición**, **entrega y comercialización de los productos.**

Una cuestión que surgió de la entrevista con su coordinadora que nos pareció muy importante, es lo **difícil que se les hace a los emprendedores poder despegar de la feria, crecer y dar un paso hacia adelante.**

* **PRIMERAS INTERVENCIONES QUE SE PLANTEAN:**
* El **énfasis principal** está puesto en poder **encaminar a los productores que recién comienzan**, para que puedan fortalecerse, y llegar al nivel de los emprendedores más desarrollados, sin dejar de intervenir en posibles problemáticas que atraviesen estos últimos.
* **Investigar** sobre **otros tipos de productos**, relacionados a los que producen actualmente, según cada caso en particular, para poder llegar a más usuarios y generar más cantidad de ventas.
* **Proponer otras maneras para exhibir sus productos,** que capten más la atención de los consumidores.
* **Proponer distintas estrategias comerciales** que seduzcan más a los consumidores.
* **Proponer distintas estrategias en cuanto a la entrega de los productos** (PAKAGING QUEPROPONGA O INSINUE UN SEGUNDO USO).
* **Proponer la producción de nuevos productos asociados en pequeñas cantidades para sondear otros mercados.**
* **Investigar,** en cada caso en particular, que **dificultades** tiene cada uno, **para** poder **salir de la feria** y dar un paso adelante en el desarrollo de su emprendimiento:
* ¿FALTA DE FINANCIACION?
* ¿POCO VOLUMEN DE VENTAS?
* ¿AMBAS?
* ¿FERIANTE COMO ESTILO DE VIDA?
* **RUSTICA:**

El proyecto La Rustica se encuentra en un momento de resurrección.

Las personas a cargo sepresentan predispuestas y con ganas de trabajar.

Su **proyecto para este año** es **empezar a diseñar muebles de bajo mesada como producto principal**.

Las personas a cargo de la cooperativa cuentan con la capacidad de poderproyectarlos y las herramientas para poder ejecutar su producción.

Nuestro trabajo en este proyecto se basa en acompañar e intervenir con cuestiones que tienenque ver con el diseño de dichos muebles.

A su vez, establecer consensos con estos, que permitan diseñarproductos que puedan insertarse en el mercado; para lo cual, también hay que definir a quetipos de usuarios se quiere o se pretende llegar.

Cuando preguntamos a La Rustica sobre el tipo de usuario a quien va dirigido sus productos,contestaron: a la “familia Trabajadora”, por lo que se podría plantear, como prioridad, el trabajo paramuebles sociales de bajo costo, u otros productos de menor escala, pensandoen otros usuarios como primeros consumidores.

* Otras cuestiones a trabajar:
* Digitalización de:
* Registros.
* Planos.
* Stock de:
  + Materiales
  + Herramientas
  + Productos.
* Armado de una oficina de atención al público
* Trabajar sobre la imagen visualy la manera de publicar los productos.
* **PANIFICADORA LAS QUINTAS:**

Este proyecto tiene un **carácter social** muy marcado.

Nace como alternativa económica parahacerle frente a la pandemia, y crear una alternativa social y económica con los vecinosdel barrio.

Su proyecto a futuro, se basa en crear una cooperativa de alimentos que cuente con2 líneas comerciales:

1. Panificadora en general.
2. alimentos sustentables.

En este momento secuenta con las maquinarias para la producción, pero el espacio físico para elaborar por elmomento no se encuentra en condiciones, si bien se está trabajando en eso.

* POSIBLES INTERVENCIONES:
* **Diferenciar al producto** del resto de la competencia (INFOPAN).
* **Investigar sobre productos de “NO HARINA”** que están marcando tendencia.
* **SHE IS PERONISTA:**

Este proyecto surge como un **lugar de expresión cultural y política**. Mediante el diseño decollage y otros a fines, se encuentra con una gran aceptación del público sobre sus productos, yse comienza a ver la manera de poder producir y comercializar los mismos.

En este momento, she is peronista, terceriza toda su producción, si bien su objetivo es poder producir sus productos y dejar de tercerizarlos. Para ello cuenta con la plataformaflashcookie.

**La idea es poder acompañar al proyecto en los casos que se crea necesario**, comoasí también, ver de qué manera poder **explotar el potencial** observado en primer instancia,ya que es un proyecto que se puede vincular rápidamente con el resto de los emprendedores, sobre con el área textil.